

大規模団地に於ける商業施設の管理

住田昌二・中村恢子・石東直子

Case Study on the Management of Shopping Facilities in New Town Estates

BY SHOJI SUMITA, HIROKO NAKAMURA AND NAOKO ISHITO

序

近年、団地建設は、従来の中小規模から、大規模なもの、更に都市的規模のニュータウンという形に発展してきている。規模の拡大、居住者層の増大に応じて、建設後の〈団地管理〉の問題も多様化してくる。団地計画については、実際の建設活動と結びついて、特に **physical planning** を中心として、理論化が急速に進んでいるが、建設入居後の団地の運営管理については、等閑視されている傾向が強い。建設後の団地には、当初の計画意図とは異った、また予測されなかった様々な問題が発生しており、それらがマスタープランに与える影響は大きい。開発された地区が、地域社会としての円滑な発展を遂げるために、地域の経営管理面からの諸対策が考究されなければならない。その意味で、団地管理の研究は極めて重要な課題になってきているといえよう。

一般に団地の管理を問題にする場合、その内容から大きく **A. 財産管理** **B. 生活指導** **C. 施設経営**の領域に分けられよう。**A**は、建物および環境の財産としての維持保全を指す。その上立って、居住状態を物理的に如何に適正に維持していくかが主眼である。また生活面からみれば団地社会は、住宅の社会化、住生活の共同化の方向に発展しつつあり、従来とは異った全く新しい生活様式を産み出しつつある。居住者層を新しい団地生活に適応せしめ、生活改善を正しく導いていく、生活指導の分野が**B**の内容となる。**C**は、居住者の種々の生活要求に対して、生活関係施設をどのように設置し、どのように運営していくかの問題が中心となろう。公共事業体の団地の管理行政は入退居の事務、家賃の徴収、建物、空地の補修、清掃等の業務が主であり、前述の分野について言えば、財産管理の面に限定されているのが現状である。例えば、賃貸住宅団地の中に、宅地分譲地がある場合には、事業主体の管轄外となり、その地域がどのように変質しようと管理行政のおよぶところでない。地域の発展を合目的に誘導するためには管理諸施策の体系化とその実施が急務となりつつある。

団地建設の規模が拡大して、ニュータウン的な開発になってくると管理問題は一層輻輳化した様相を呈してくる。特に〈施設経営〉の点に於てあらわれ方が著しい。そしてそれらは大きく二つの点に

要約できよう。

i) 居住者層の生活の諸要求は、団地が大規模化するほど多岐にわたり、それと対応して施設の供給は多様化しなければならないが、団地が大きくなるほど、生活諸施設の需給関係のアンバランスが増大する。施設計画は入居者層の実際的なチェックから、しばしば変更を要求するが、事業主体は、マスタープランの弾力的な改善をなし得る能力のない場合が多い。

ii) 団地が大規模化すると、それに応じて事業主体も複雑化してくる。公的な事業体に加えて、民間資本も導入されてくる。これら複数の事業主体による開発は、〈管理〉を多元化し輻輳化する。そしてまた、管理方式の差異が、マスタープラン変質の要因をつくり出す。

これらの問題は、生活諸施設の中でも、特に商業施設に於て現われてくる場合が多い。それは、生活圏の計画的な段階構成からみた店舗の配置原則が、店舗の運営面での自由競争の経済原則と矛盾するからである。そのため、本論では、団地内生活施設系統のうち、まず商業施設をとりあげ、具体的に発生している問題を整理検討し、団地管理体系化の一助とする。具体例としては、千里ニュータウンと住宅公団香里団地をとりあげる。調査は1964年8月から11月の期間にケース・スタディの方法で行った。

千里ニュータウンの商業施設

1. 店舗配置の原則

予測人口15万人という大量の消費生活をかかえた千里ニュータウンの商業施設に関するマスタープランは、その最小の生活単位を分区(1,000戸～1,400戸)とし、その中心に近隣センターを置いている。更にこの分区が2ヶ所集まった規模をコミュニティの単位として、それを住区(2,000戸～2,400戸)と呼んでいる。そして更に、3～5住区をもって地区とし、その中心に地区センターを設けている。近隣センターでは、日常生活の必需品の供給を、地区センターでは、より高級品の供給をというような段階構成をとっている。

近隣センターは、商業施設を中心に、他に、郵便局、管理事務所、集会所、派出所(2分区に1)、診療所(2分区に1～2)を併設し、商業施設としては、マーケット、独立店舗群、公衆浴場の営業を計画している。独立店舗の業種の決定は、1.薬局、たばこ等の緊急性を要するもの、2.独立して経営しうるもの、という基準によって定められた。そして店舗群は〈一業種一店舗〉の形態となり、マーケットもほぼこれに準じている。

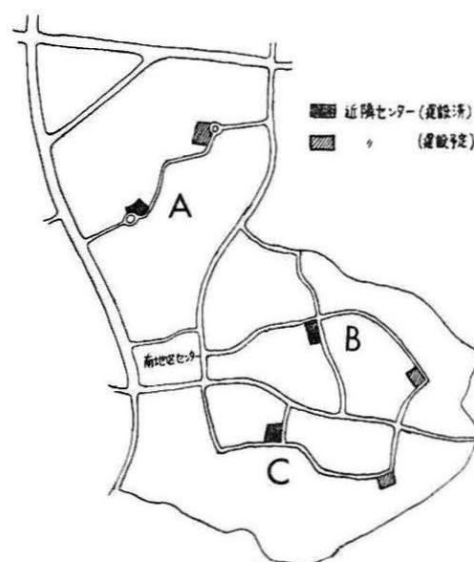
千里の商業施設の配置は、徹底した段階構成論に拠っていると見做される。このような配置原則の第一義は「必要十分な施設の供給＝ムダのない町づくり」という、〈計画→建設〉の次元での発想であるように考えられる。^(註1)つまり居住者集団の生活圏を計画的に区分化しようとするところに狙いがあるが、入居者の購売圏は、需要供給の経済原則に従って出来上るものであり、生活圏の単位化とその段階構成の枠組の中に、購売圏をセットすることは、実際には、きわめてむずかしいとみられる。仮りに、ある特定の一業種一店舗について、店舗維持人口圏が算定し得るとしても、他の業種については、店舗を維持できる圏域はまたそれと異なり、従って〈センター〉という概念の店舗集団

について、平均的な店舗維持圏を設定することがむずかしい。更に近年の傾向からみて、流通機構は流動化しており、店舗の経営形態、消費者の購売慣習も、かなり変化することが予想されることからみて、商業施設系統を想定住区の枠組の中で計画的に維持していくことは相当困難であるとみておかねばならない。その意味で、商業施設の管理方式については、よく検討される必要があろう。

2. 店舗経営者選考の問題

千里ニュータウンの商業施設は、以上のような設置原則で実施に移され、業者募集の段階に入るが、ここで、用地買収時に問題になった地元民の転業保証がからんでくる。即ち、用地買収の結果、自己の農地を失った者について転業対策の意図から優先的にニュータウン内での営業権を与え、生計を維持できるよう保証することである。これを土地協力者と称しているが、彼等のうち殆んどが商売をするのが初めてであり、果してそれでうまく生計を維持できる程度の経営ができるかが問題になった。そこで初めての者でも比較的経営可能とされているような業種を彼等に提供することになった。競争の余り激しくなく、商売の経験を比較的要しない業種、例えば、店舗ではパン菓子、牛乳等、マーケットでは味噌、漬物、鶏肉・卵、果物等があげられる。そして一般に競争の激しい業種は公募の形をとった。

しかし実際は、土地協力者で初めて商売をしたような人は、経営がまずく儲からないということが出て来ている。ある近隣センターのマーケットでは、野菜店2軒のうち、1軒は初めての人なので、特にその差が顕著である。



第1図. 千里ニュータウンセンター配置

募集の際の譲渡方式は、マーケットは開発センターの⁽¹¹²⁾ 賃貸方式とし、独立店舗群は、店舗併用住宅として分譲方式をとった。その際の契約は企業局⁽¹¹³⁾ と個人との私法関係の契約によるもので、「業種変更はできない」とされている。その代りに、1. 当人以外の業者の発生はおさえる。2. センターの良好な環境を与え経営を保証する。3. 安く賃貸あるいは分譲するという優先権を与えている。

このような経緯があって、まず昭和36年にC住区のC近隣センターが開設された。その後今日まで3年を経て、居住者側や経営者側からの不満、管理面の障害が色々な形で発生し、その影響は、その後建設されたB地区、A地区の近隣センターへと波及している。そこで、次にこれら3つの近

隣センターを中心に、計画と現状のずれに焦点を置いてどんな問題が発生しているかをケーススタデ

ィからまとめてみよう。

3. 居住者側から発生した問題

千里ニュータウンの入居者層には、既成の一般住宅地から、この計画的に建設された新しい団地に転居してきて、全ての商品が一般的に高値であり、且つ定価通りに販売されるのに驚いたと述べる者が多い。マスタープランの一業種一店舗という方式が、独占価格を招き、その結果一般市街地よりは物価高となり、更に、生鮮食品の鮮度が悪く、品種も少ないという状況をもたらしたのと考えられる。ニュータウンを調査したとき、居住者の意見として聞かれたもののうち、物価が高い、鮮度がおちる、品種が少いという3点に不満が最も多かった。

これについては、自治会運動を契機とした住民組織としての生活協同組合ができ、自主販売をはじめたことが、居住者側からの大きなチェックとなり、開設当初に比べては幾分か一般市街地に近い店舗形態に落ち着かせたようである。この生協、自治会の果たした役割は、住民の自治管理という観点からみて、注目されてよからう。

次に営業時間を延長して欲しいという意見が多かった。近隣センターでは、マーケットは9時から19時まで、独立店舗では10時から18時まで営業しているが、かなり早い閉店時間のため、不意の来客で入用なものができた場合等の不便を訴えるものが多い。

また住区ごとに1週間に1日、マーケットも店舗も一斉休業するため、その日は他住区まで買出しに出掛けなければならない。現在では、分区単位までおろしたマスタープラン通りの施設配置はでき上っておらず、まだ1住区2センターの形になっていないため、この影響は大きい。

居住者の購買状況は、日用品のうち、生鮮食品は団地内施設で、その他の嗜好品等は、主人が都心、副都心のスーパーマーケットで購入しているという例が多い。衣料品や耐久消費財などの買廻り品は、都心、副都心の施設を利用するのが殆んどである。また千里の場合は、香里団地等と比べて、周辺市街地から遠く離れているため、生鮮食品を遠くまで買出しに行くというケースはあまり見られない。(香里の場合は、当初枚方駅前の商品街などに足を延ばす人が、特に休日などに多かったようである。) このように団地内施設の利用率は非常に高い。それだけに、現状を常に把握し、適切な管理を必要とする。

4. 経営者側から発生した問題

業者の場合は、対事業主体へのクレームが主であるが、中でも設計の不備に関するものが多い。

例えば、独立店舗の分譲の際、企業局は1階のピロティ部分は私有地として分譲するが、そこは購売客の通路空間にあてるため、商品の陳列と自動車の乗り入れは禁止するという使用規定を契約書にもり込んでいる。しかし、店舗面積が狭い上に、倉庫が全然ないので、ピロティ全面に商品が陳列されたり、倉庫代りに商品が積み上げられたり、更に経営上止むなくサービス用の車を乗り入れたりしている。また業者の中には、これらの使用規定すら知らなかったり、経営を従業員にまかせているので、彼等は使用規定を知らされていないかかったりしている。このような状態に対して、企業局は、開業当初視察の際に注意を与えたりしていたが、今では殆んど黙認の形をとっている。また、駐車スパー



第2図. C 住区近隣センタ

1. 米穀 2. 菓子パン 3. 酒屋 4. 食品
5. すし 6. 電気器具 7. カーペット
8. 衣料品 9. 書籍 10. 菜 11. 荒物
12. ふとん綿

こういう状況からみて、やがては業種変更というケースも出て来ないとも限らないが、今のところ、これに対して管理面からの完全な規制処置をとることはむずかしい。マーケットでは、マスタープランで計画された業種と違った業種が入っているという現象が起っている。例えば、Bマーケットは食品センターとして計画し公募に臨んだが、現状では、茶・砂糖の代りに衣料・履物が、そ菜・佃煮の代りに電気器具が入り、更にふとん屋が追加された。

これは、計画した業種に対して応募する業者がいなかったためであるが、マーケットに耐久消費財としての電気器具、ふとんなど、食料品とは異種の商品が入ってきたので、湿気、サービス用出入口、必要スペースの違いなどで、経営がやりにくいという声もある。また、マーケットの賃貸料は、面積割で一率に徴収している。即ち、業種、位置の特殊性の考慮はなされておらず、広い面積を必要とする割に経営がおもわしくないというような業者からのクレームもある。

5. 施設管理面からの問題

マーケット・店舗の管理に関しては、譲渡の際にとりかわされた契約書で使用規定を定めていることなどは先に述べた。しかし、この契約書で、他の業者の発生をどこまで抑えられるか、業種変更などの契約違反行為に対してどこまでチェックできるかなどについては、明確な法的規制による裏づけはない。

スが充分にないため駐車は野放しとなり、購売客の流れの妨げとなっているのも目立っている。

計画上の欠陥について、非常時の出入口、採光、通気、動線などの改善を望む声があり、倉庫焼却炉の設置要求も出ている。店舗経営者は、これらの要求を企業局に反映させるため、商店会を組織し要求を出した。この結果、Cセンターの商店会では倉庫設置の確約をとり、設計図作成段階まで達しているという。

団地という特殊な地域社会での店舗利用の傾向としては、地域全体にみて、フリーの客足がないので商売が伸び悩むという業種（衣料品、書籍等）、住戸が密集しているので、サービスの点から営業し易いという業種（電気器具等）と、都心、副都心等と殆んど変りがないという業種がある。

例えば、店舗業者で、経営者が死亡し、その店舗を経営していく能力がなくなった場合、または、今の業種では経営不振のため、生計を維持していくのが困難である場合など、契約違反行為になるが、経営を止めたり、業種替えをしたりするのは止むを得ないだろう。ところが、店舗は持家であり、更に居住部分も併設されているので、業種替えをしたり、あるいは店舗を閉鎖する者が出てきても、管理主体が店舗を買戻せない限り、それを防止することはできない。その点、賃貸システムであれば、経営主の再募集や、更には居住者層の要望に答える業種替えによる再募集の形などがとれるのではなかろうか。

また同じような意味で、分譲地の営業禁止も、契約書の締結だけなので、どこまでその発生を防ぐことができるかは問題である。現に千里の分譲地では、はり・あんまなど、二、三の営業行為が行われており、生活協同組合もその一つとみてよからう。更に露店の出現もこれに加わる。このため、マーケット・店舗の譲渡の際とりかわした契約書のうち、「同種の業者の発生を防ぐ」ということに関しては、かなり空文化する危険性もあると見ておかねばならないだろう。

以上の点からみて、一般に商業施設のような立地性向の変動性の強い施設は、分譲方式よりも賃貸方式の方が、管理が行き届き易く、且つ計画変更も弾力的に改善の方向に持って行き易いと考えられる。

ところが、現状はそれと反対の方向を辿りつつあるようである。例えば、B、C近隣センターは賃貸方式であるが、各業主から開発センターに様々な苦情が持ち込まれるので、管理上の負担が大きい。このあと開発されたA住区では、Pスーパーマーケットのような一体経営が現われたが、これには、賃貸方式の管理の煩雑さを無くしようという意図がかなり働いているようだ。もっともこれには、千里開発の計画当時は、スーパーマーケット形式は、まだ社会的に一般化しておらず、その後の社会情勢の変化によって、従来のマーケット形式では経営が困難となり、代って一体経営のスーパー形式が出現してきたという事情もある。

一体経営については、1. 中小企業による協同組合経営、2. 大企業による会社法人、3. 生活協同組合、等が主なものとして考えられる。当初は(1)の形式なども考えられたが、結果は(2)による百貨店資本のスーパーマーケットの出現となった。これについてはA住区の居住者層は、公団住宅層、協会住宅層、分譲住宅層から構成されていて、他の住区に比して居住者は階層的に高いため、百貨店資本がこの地区を狙い打ちにしたという観方もある。(住区の居住者層の消費性向が高いためか、このマーケットは他に比して商品は高値の傾向にある。)

またこのマーケットは、B、C住区の近隣センターのマーケットと同じ性格のものであるが、宅地分譲であり、分譲後の管理については一切が任されており、事業主体とは没交渉である。更にこの大資本は、近隣センターの全体計画も変更させたというほど強力なものであった。そのため、独立店舗群は後面に押しやられ、客足がマーケットで止まってしまい、店舗の方へ来にくく、店舗経営者の営業成績にも影響をおよぼしている。またB、C住区の客足もさうな傾向にある。各近隣センターの物価高のチェックには、一役買う面もあるだろうが、生活施設の段階構成システムは崩れていく危険性

をもっている。

千里ニュータウンを歩いてみると各種の露店商と、それを利用している居住者を見かける。露店の業種には、果物、荒物、玩具、焼いも、ホットドッグ、衣料品、三笠焼など多種であり、彼等の中には、ニュータウンのなかで毎日一定の場所で店を出し、それによって生計を維持しているものもある。露店に対する営業上の管理規制はなく、開発センターは黙認状態である。センター内のマーケット業者からは、経営上の理由から露天業者に対して苦情が出ているが、それを調整する機関もなく放置されている。

香里団地の商業施設

1. 香里団地の店舗配置

香里団地では、コミュニティセンターにショッピングセンターを設け、A・C・D地区に日用品店舗群を配置している。ショッピングセンターは、コミュニティの中心として、サービスセンター、フードセンター、日用品センター、衣料品センター、暮しのセンター、高級日用品の6群から成る計画であったが、現状はPスーパーマーケットと、そこには販売していない業種17店舗にまとめている。



第3図. 香里団地の店舗配置

地区センターは、食料品、薬品、煙草、文具、理髪、美容、飲食店を中心に約10店舗から成り、各センターには一業種づつが基本である。しかし、A地区センターには、枚方市立香里マーケットがあり、食料品、日用品店舗を中心に25種の店舗がある。その他、B地区分譲地に、Nクリーニ

ング、Oガスサービスショップがあり、香里7丁目分譲地には、美容室2、菓子牛乳パン、その他食品1、煙草うどんパン日用品1が営業している。団地外ではあるが、A地区に接してAストアがあり、その中には、スーパーマーケット、日用品、大阪、京都の都心部の高級日用品店の支店があり、団地の居住者は、A地区を中心にかなり利用している。

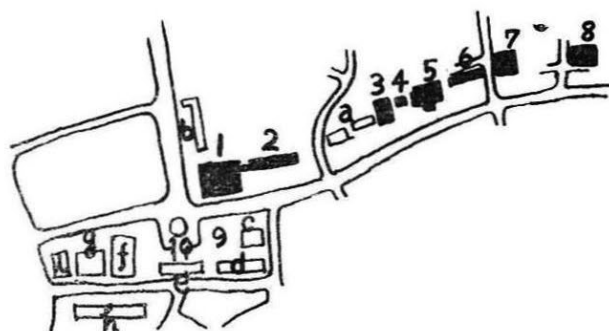
居住者層は、現在殆んどが団地内の施設で買物をしているが、当初に於ては、枚方市内まで買出しに出掛けるものが多かった。入居初期の頃は、店舗数が少なく、物価高で、サービスも悪いといった状態であった

が、現在ではショッピングの問題は全般的に改善されてきている。ここに至るまでには、住民の自治会活動を中心とした改善要求運動の結果に依るところが大きい。また、香里の店舗施設の管理方式のあり方にも、改善に導いていく要因が存在していたとみることができよう。以下それらの点について考察してみよう。

2. 住民の施設改善運動

入居者数1万人を越えた昭和35年6月頃、団地内の商業施設は、A地区の香里マーケット24店と、店舗付住宅8戸、C地区店舗付住宅10戸のみであった。当時市営香里マーケットの調査では、1日6,000人～7,000人の買物客が殺到し、居住者から、満員で買物が重労働であるとの声が起り、新聞沙汰にもなった。店舗の絶対不足から、独占価格、品質の悪さ、鮮度の低さ、衛生管理の不徹底、量目のごまかし等が起り、住民の不満は続出した。主婦達は公団へ店舗の建設要求をする一方、枚方市内へバスで買物に出掛けていた。

この主婦層の要求を受け、公団は、マーケットの誘致を決定し、Pストアが昭和35年7月に開店した。しかし、このストアが進出しても、団地の消費生活にそれほどの変りはない。Pストアと併せて17店舗が完成した時、市営マーケット側の商店会は、購売層の激減を憂慮したが、実状は、当初に於ては、客の入りは確かに悪かったが、漸次回復していった。(両者は、過当競争はやらない。乱売主義はやめるということで提携している。客層は分散し、価格にも差がないようだが、Pストアのセルフサービスシステムと、マーケットのブルーチップ制一枚方市の商店連合スタンプーとの相異



第4図. センター計画 (1～10建設
(a～r未建設)

- | | |
|--------------|-----------------|
| 1. スーパーピーコック | a. ショッピングショールーム |
| 2. 店舗 | b. パーキングエリア |
| 3. 大和銀行 | c. サービス |
| 4. 郵便局 | d. 各種修理店 |
| 5. 管理棟 | e. 喫茶食堂 |
| 6. 店舗 | f. 行政サービス |
| 7. 市営マーケット | g. 市民ホール |
| 8. 市立診療所 | h. 医療施設 |
| 9. 駐車場 | i. 図書館 |
| 10. バスセンター | |

第1表 香里団地商業施設

店 舗 業 種	中央 ショッ ピング セン ター	サブセンター			合 計
		A	C	D	
スーパーマーケット	1				1
市営香里マーケット		1			1
食 料 品	米、雑穀	1	1	1	3
	パスタ、乳製品	1	1	1	3
	食肉、野菜				
	青果		1	1	2
	鮮果		1	1	2
	酒、調味料		1	1	2
文 化 品	タバコ、文具		1	1	3
	書籍、雑誌	1			1
	カメラ、D. P. E	1			1
	運動具、玩具、楽器	1			1
	花、植木、園芸品	1			1
	薬、化粧品	1	1		3
住 用 品	時計	1			1
	荒物、金物				
衣 料 品	陶器、食器	1			1
	電気器具	1			1
軽 飲 食	洋服、雑貨、小間物	2	1		3
	靴	1			1
サ ー ビ ス	下駄、はきもの	1			1
	織物、寝具、和服				
合 計		18	9	10	47

が、客層を固定させているとマーケット側ではみている。)

このような購売施設の状態は、明らかに施設量の絶対的不足が原因であった。その後D住区の入居が始まり、ほぼ入居が完了した頃に於ても、店舗は増設されず、施設の状況は質的には改善されなかった。

ところが、昭和36年5月16日、香里団地のど真中の僅かな空地に、突然青空市が出現した。これは、団地の居住者の一部で組織しているある住民団体が、特定の農協に所属する生産者から、直接商品を廉価に仕入れて店開きしたものであった。この青空市の投げた波紋は大きかった。

公団側は、自慢のモデル団地のど真中にどうみても、うす汚い青空市が開業されては格好がつかないということで驚きあわてるが、その原因は、公団自身が、居住者の必要をみたすマーケット・店舗の建設をサボっていることにあったため、強い規制には出られなかった。⁽²¹⁴⁾ 商店会は一応値下げを断行したが、「衛生管理が行き届かないから自然消滅するだろう」と、傍観の態度をとった。婦人会の中には、店舗

建設促進運動が生れた。

しかし、青空市が、団地内の購売価格の値下げに直接一役買ったわけではないようだ。青空市を契機に立ち上った婦人会の物価対策委員会では、価格だけでなく、品質、衛生管理、サービス等の市場調査も行ったが、調査を中止すると、もとのように物価高が続いた。

「事実、その後の団地内の物価は、ほんとうに安定したのは、団地に隣接して、スーパーマーケッ

トが何ヶ所か出現してからだった。それまでオツにすましていた大阪のある百貨店系のマーケットが「きょうのお買得品」などというサービスをはじめたのも、このスーパー出現直後だった」^(註5)とあるように、店舗数の増加と、その競争に基づくものであるとみられる。

現在では、枚方市内と同じ価格か、それ以下の価格に落ち着いてきている。昭和39年3月、市営マーケットは1/3ほど施設を拡張し、店舗も今迄の24店舗に1店舗を加えた。最近のマーケットの購売調査では、利用者は1日、2,000人～3,000人であり、経営は十分成り立っている。このことについて、市営マーケットでは、「開店当初1日平均 30円/人であったのが、現在では 250円/人である。これは、入居当時、新婚世帯で小人数であったため、玉葱半分、キャベツの葉を3枚むしりとるといった単位での買物が多かったが、最近では子供数の増加と、貯蔵設備の購入により、大量購入の例が多くなったため」とみている。

以上のように住民自体の商業施設に対する自治管理的な働きかけが、＜施設の不足一物価高＞を軸として発生した様々な問題を漸次解決していったが、現在でも自治会が中心になって購売問題対策に取り組んでいる。自治会は、商店連合店と、休日調整、包装、衛生管理、サービス向上、量目の適正化について懇談会を持っている。また、自治会は、集会所を利用して展示会を催し、団地に置いてない商品を安く、商店にあるものでも、それをより安く、即売している。商店連合会では、自治会は食料品を主として扱い、商店は日用品、生鮮品をという話し合いもあり、特に反対していない。また、衛生管理、価格、量目についての抜き打ち検査が、枚方市衛生局、青年団体、自治会などによって、時々行われている。

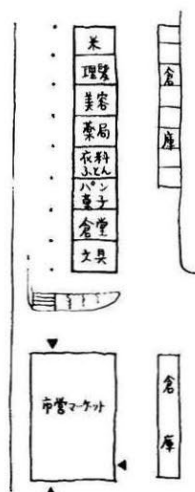
このような住民の購売施設に対する要求が徐々に実現していったのは、もちろん、住民の努力によるものであるが、香里団地の購売施設はすべて賃貸であるという管理方式が、その筋道をつけていたことも見逃せない。即ち、公団は、賃貸借契約に抱き合せて管理規制の網をかぶせることによって商業施設の計画意図を守れる。更に施設管理者ということで住民と店舗側の仲介を必然的に行う立場に立つため、住民の要求が組織的に反映するルートが出来上がるわけである。事実、公設市場の拡充とか、閉鎖した店舗の業種替え、店舗の新設などが、自治会の要求によって、計画変更され実現している。これに対して分譲店舗ならば、規制がおよばないため、計画的な管理は極めてむずかしくなると考えられる。

3. 経営者層の要求

次に店舗経営者は、店舗について、どのような不満をもっているかをA地区センターを例にみてみよう。

この地区の店舗では、当初倉庫の計画がなかった。後になって、店舗付住宅ではまとめて倉庫を別につくり賃貸している。各店舗に一倉庫の割で同じ規模のものを作っているが、美容、理髪店は倉庫の必要がないため使用せず、米屋が二つ使用している。しかし、倉庫と店舗が全く分離して配置されているため、雨の日の商品の仕入れが不便である。マーケットは、25店舗にしては倉庫が少く、付近に品物が散在している。Pストアは、建物内にも倉庫を設けているため、比較的整理されている。

店舗の平面計画はすべて同じ型であるため、狭すぎて困るという声が起っている。A地区センターでは、米屋、寝具店、パン菓子、文具、薬屋は、店先の通路にも商品を並べている。美容室は、外へ拡張するわけにもいかず、狭さをがまんしている。食堂は、調理場がたたきの方が望ましいが、狭くて店舗部分だけではどうにもならず、台所の床板を改造して調理場としている。A地区センターで、店舗スペースが比較的ゆったりしているのは、理髪店だけである。



第5図 A地区センター店舗群

食料品、美容、理髪店は、サブセンターでも経営が成立っているが、A地区の食堂主の話では、サブセンターの食堂は人の流れが少いため、余り営業成績はよくないとのことである。主として団地外の人利用が多いようである。一方、ショッピングセンターのPストアの2階にあるカフェテリアは、価格も安く、土曜日の昼食時等は家族連れでかなりにぎわっている。

一般分譲契約の際、「宅地用途は住居専用とし、近隣に迷惑をおよぼすような商業用途、その他環境を害するものはさけられたい」との協定が結ばれるが、現在、分譲地区内での営業はかなりある。美容室2、パン日用品、うどん、クリーニング、ガスサービスショップの営業が行われている。また、店構えはないが、洋裁研究所、音楽教室、デザインルーム、編物教室等の看板を出しているものが、かなりある。いずれも、外観は、広告、看板を小さくしているようである。公団では、現在分譲地区施設は、一切所有、管理しておらず、分譲契約の協定は、あくまで協定であり、違反を取締ることも出来ず黙認している。

要 約

以上のケーススタディの結果をまとめれば次の如くである。

1. 購売施設の計画は、一分区に一業種一店舗ずつの日用品店舗群と、住区をいくつか集めた段階の地区センターに於ける同業種1〜2種の日用品店舗および高級用品店舗集団の設置という段数構成が基本とされた。しかしこのような施設構成では、必要最小限の店舗数となるため、店舗間の競争がなく、独占価格、品目の不足、鮮度の低下、量目のごまかし等、住民の消費生活に与える歪みは大きく、団地は住みにくいという不満が高まる場合が多い。特に、団地が完成に至らず、建設と入居が併行する段階では、施設量は絶対的な供給不足となり、居住者へのしわよせが大きく現われる。
2. これに対し、住民は、自治会の組織化を契機とし、商店や事業主体に陳情を行ったり、協同組合を組織して自主的販売網を設けたりして、不満が相対的に改善されることもある。しかし、より根本的には、団地周辺を含めた利用店舗数の増加と共に、上記の問題は漸次解消していく。
3. 経営者層から出る不満は、店舗の背面施設の不備に関するものが多い。倉庫、焼却炉が不足

し、駐車スペースが充分でなく、自動車のサービス動線を考慮していない等である。特にマーケットの場合が顕著である。また、独立店舗群にあっては、業種別に営業内容はかなり異なるのに店舗の規模、平面が画一であるため、店舗の使われ方がかなりアンバランスになっている。平面計画はもっと多様な構成を検討する必要がある。

4. 購売施設においてはその施設が賃貸されるか分譲されるかで、施設の存在形態をかなり変えるものとみられる。公企業による**賃貸方式**であれば、計画の意図が守られ、全体管理が行届き易く、環境も保全される。住民の要求も管理主体を通じて組織的に反映し、消費生活の安定化が実現され易い。一方、**分譲方式**では、自由競争が促進され、自由に営業できる反面、管理が行き届かず、計画された施設が存在しなくなったり環境が悪化する。団地建設の現状からみれば公共施設部門への投資は充分でない。従って購売施設等は、不足勝ちの供給しか成し得ず、それも資金の持ち出しの少ない分譲形式になり勝ちであるが、団地経営の見透しを樹てる上において賃貸と分譲の配分は慎重に検討する必要がある。今後、流通機構や購売慣習は相当に変わるだろうと見られる。一般的に言って、これ等の変化に弾力的に対処しながら、購売施設の計画的配置を維持していくためには、賃貸方式の方が良いと考えられる。

〔後記：本研究は、1964年後半の時点での分析である。その後、ここに指摘した問題のうち、いくつかの点は改善されていっている。特に千里ニュータウンはまだ建設途中にあるため、今後施設形態がどのように変わっていくかについては、パネル・サーヴェイによって明らかにしていく予定である。〕

注

1. 拙稿：“開発と管理問題” 新建築，40巻，第3号 P.198 (1965)
2. 千里ニュータウン開発後，地域内を管理するために大阪府が設けた法人団体である。
3. 千里ニュータウン開発のため大阪府に設けられた事業部局である。
4. 埜沢宏：“団地”，真珠書院，P.77～79
5. 前掲書：P.87